

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Kraków, 10 marca 2015r.

Sąd Okręgowy w Krakowie Wydz. IX Gospodarczy w składzie:

sędzia SO Dariusz Pawłyszcz

protokółant st. sekr. sąd. Aleksander Powroźnik

po rozpoznaniu na posiedzeniu jawnym w Krakowie 10 marca 2015r. sprawy z powództwa R. M. przeciwko (...) S.A. w K. o zapłatę 96.074,58 zł z ustawowymi odsetkami od 7 listopada 2013r.

I zasądza od pozwanej na rzecz powódki 96.074,58 (dziewięćdziesiąt sześć tysięcy siedemdziesiąt cztery 58/100) zł z ustawowymi odsetkami od 1 grudnia 2013r. wraz z kosztami postępowania 12.000 (dwanaście tysięcy) zł;

II oddala żądanie zapłaty odsetek od 96.074,58 zł za okres od 7 do 30 listopada 2013r.

UZASADNIENIE

Powodowy sprzedawca wniósł o zasądzenie od pozwanego kupującego 96.074,58 zł z ustawowymi odsetkami od 7 listopada 2013r. tytułem zwrotu opłat pobranych przez kupującego za przyjęcie towaru do sprzedaży innych niż marża.

W sprzeciwie od nakazu zapłaty [k.117] pozwany kupujący wniósł o oddalenie powództwa, ponieważ sporne sumy pobrał tytułem premii za osiągnięcie określonego obrotu oraz wynagrodzenia za usługi marketingowe, a ponadto w zakresie żądania zapłaty 65.703 zł roszczenie jest przedawnione ze względu na upływ rocznego terminu do uchylenia się od skutków umowy stron.

Sąd ustalił, co następuje:

W dniu 3 stycznia 2008r. strony zawarły umowę [k.26], na mocy której strony zobowiązały się do zawierania umów sprzedaży (§ (...)). Sprzedawca zobowiązał się do aktywnego uczestnictwa w akcjach promocyjnych organizowanych przez kupującego (§ (...)), a ich zakres i wynagrodzenie za nie określał zał. nr 1 (§ (...)).

Zał. nr 1 [k.41] przewidywał m.in. promocję produktów sprzedawcy w gazetkach promocyjnych wydawanych przez kupującego co najmniej 5 razy na rok – za indywidualnie negocjowanym wynagrodzeniem ((...)). Natomiast sama umowa przewidywała obowiązek zapłaty przez sprzedawcy „premi urodzinowej” stanowiącej 2% obrotów stron w listopadzie każdego roku (§ (...)) oraz „premi specjalnej” stanowiącej 5% wartości sprzedaży produktów sprzedawcy w nowo otwartym sklepie kupującego w ciągu 30 dni od jego otwarcia (§ (...)).

Kupujący w oparciu o powyższe postanowienia umowne pobierał od sprzedawcy opłaty. W zakresie objętym żądaniem pozwu pobrał:

1. 18.368 zł za reklamę produktów sprzedawcy w gazetkach [faktury k.42,45,47,48],
2. 2.440 zł tytułem premii specjalnej [faktury k.43,46],
3. 2.174,52 zł tytułem premii urodzinowej [faktura k.45].

Od 1 marca 2011r. strony wiązała nowa umowa [k.25] przewidująca premię kwartalną 2,5% obrotów netto (§ (...)) oraz usługi marketingowe wymienione w zał. nr 3 (§ (...)) lub uzgadniane indywidualnie (§(...)). Zał. nr 3 [k.34]

przewidywał usługę kupującego polegającą na specjalnym oznaczeniu i ekspozycji produktów sprzedawcy w nowo otwartych sklepach kupującego za wynagrodzeniem 1.000 zł netto miesięcznie.

W zakresie objętym żądaniem pozwu kupujący pobrał:

1. 25.830 zł za reklamę produktów sprzedawcy w gazetkach [faktury k.50-52,55,57-60,62,72-73],
2. 28.224,06 zł tytułem premii kwartalnej [faktury k.49,56,61,74],
3. 14.760 zł za promocję w nowo otwartych sklepach [faktury k.63-71],
4. 4.305 zł za usługę „promocyjną” i „marketingową” uzgodnione indywidualnie [faktury k.53,54].

W sumie kupujący pobrał 96.101,58 zł.

Powyższy stan faktyczny był niesporny (powód żąda zwrotu tylko 96.074,58 zł zapewne na skutek błędów rachunkowych).

Ponad powyższy stan faktyczny pozwany kupujący wnosił o ustalenie, że strony mailowo lub ustnie uzgodniły wynagrodzenie za promocję towarów sprzedawcy w gazetkach, lecz postępowanie dowodowe nie potwierdziło tej tezy. Kupujący faktury za promocję gazetową wystawił w okresie od 3 listopada 2010r. [k.42] do 21 lutego 2012r. [k.73]. Na wezwanie [k.200 4m] do wskazania maili wskazujących na uzgodnienia stron będące podstawą do wystawienia pierwszej z tych faktur ((...)) kupujący powołał się na znacznie późniejszą korespondencję z 27 maja 2011r. [k.200 5m]. Kupujący podniósł, iż korespondencję tę przytoczył na dowód, że strony uzgodniły stałą cenę 1.000 zł za moduł [k.200 8m]. Także co do kolejnej faktury za promocję gazetową ((...)) pozwany nie był w stanie wykazać zamówienia tej promocji mimo wezwania [k.201 13m]. Ponieważ na posiedzeniu 10 marca 2015r. pozwany nie przypisał złożonych maili konkretnym fakturom, sąd nie mógł ustalić, że powód zamówił promocje w gazetkach za wynagrodzeniem uzasadniającym wystawione przez pozwanego faktury.

Także faktur na sumę 4.305 zł za usługę „promocyjną” i „marketingową” [k.54,54] kupujący nie potrafił uzasadnić, tj. nie sprecyzował, na czym polegały te usługi, i nie wykazał, aby sprzedawca je zamówił.

Post. z 7 października 2014r. [k.141 15m i k.142 27m] sąd wyznaczył pozwanemu miesięczny termin do wskazania dowodów na treść ustnych uzgodnień przewidzianych w umowach z 3 stycznia 2008r. i z 1 marca 2011r., lecz pozwany świadka R. K. powołał dopiero na posiedzeniu 10 marca 2015r. [k.201 24m]. Dlatego sąd na podstawie art. 207 § 6 K.p.c. pominął ten dowód.

Na podstawie art. 207 § 3 K.p.c. sąd na posiedzeniu 7 października 2014r. zobowiązał kupującego do przedłożenia danych niezbędnych do ustalenia, czy opłaty naliczane przez kupującego od obrotu zostały naliczone zgodnie z umową, tj. przede wszystkim do wskazania obrotu będącego podstawą obciążenia sprzedawcy opłatą. Kupujący nie przedstawił obrotów i zmiana pełnomocnika nie usprawiedliwia niewykonania tego obowiązku [k.201 25m]. Faktury pozwanego budzą wątpliwości co do zgodności z literą umowy. Kupujący oświadczył [pismo z 28 października 2014r. k.143], że faktury (...) [k.43] i (...) zostały wystawione tytułem „premi specjalnej” z § (...) umowy z 3 stycznia 2008r. mającej stanowić 5% wartości sprzedaży produktów sprzedawcy w nowo otwartym sklepie kupującego w ciągu 30 dni od jego otwarcia. Obydwie faktury są na sumę równo 1.000 zł netto, co czyni niewiarygodnym twierdzenie kupującego o ich wystawianiu w oparciu o rzeczywistą sprzedaż. Wyjaśnienie kupującego [k.201 9m], iż suma 1.000 zł jest wynikiem zaokrąglenia, jest niewiarygodne. Niewykonanie postanowienia z 7 października 2014r. oraz przykłady opłat nałożonych w oderwaniu od rzeczywistych obrotów sprawia, że sąd żadnej z opłat naliczanych od obrotów nie mógł uznać za wykazaną.

Postanowienie z 7 października 2014r. zobowiązywało kupującego do wskazania nie tylko obrotów, lecz wszystkich faktów będących podstawą obciążenia sprzedawcy spornymi opłatami. W przypadku usługi z p.c) zał.3 umowy z 3 stycznia 2008r. [k.34] polegało to na wskazaniu przynajmniej sklepów, których otwarcie było podstawą obciążenia

powoda opłatą 1.000 zł netto. Tego kupujący także nie wykonał. W grudniu 2011r. kupujący wystawił faktury [k.63-71] z tego tytułu na sumę 12.000 zł netto. Kupujący nie wyjaśnił, czy w listopadzie 2011r. otworzył aż 12 sklepów, czy też jednorazowo wystawił faktury za wcześniejsze otwarcia. Sąd i sprzedawca nie mając wykazu otwartych sklepów nie mogli zweryfikować zasadności obciążenia powoda sumą 14.760 zł brutto.

Sąd zważył, co następuje:

świadczenie nienależne

W sprawie o zwrot świadczenia nienależnego to pobierającego świadczenie obciąża dowód prawa do pobrania świadczenia (tak wyrok SA w Krakowie z 3 czerwca 2009r. I.ACa.444/09). Powoda obciąża tylko ciężar wykazania spełnienia świadczenia, lecz zapłata sumy dochodzonej pozwem (przez potrącenie z cenami należnymi sprzedawcy) była niesporna. Beneficjent zapłaty musi wykazać, że płacący spełniał należne mu świadczenie. Dopiero po wykazaniu przez pozwanego, że przysługiwała mu sporna suma (np. z umowy łączącej strony), żądający zwrotu zapłaty może przystąpić do wykazywania, iż mimo tego zapłata była nienależna, np. z powodu nieważności umowy, przy czym ciężar wskazania przesłanek nieważności obciąża powołującego się na nieważność umowy. Sprzedawca na podstawie art. 18.1 p.5 u.z.n.k. dochodzi zwrotu wynagrodzeń i premii zapłaconych kupującemu i będących wg sprzedawcy ukrytymi opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży. Dlatego przed przystąpieniem do oceny, czy rzeczywiście wynagrodzenia i premie były ukrytymi opłatami określonymi w art. 15.1 p.4 u.z.n.k., należy ustalić, czy umowy łączące strony rzeczywiście przewidywały takie wynagrodzenie dla pozwanego i czy zaszły fakty, które w świetle tych umów uzasadniały wysokość pobranych opłat. Powodowy sprzedawca nie musi wykazywać, że wynagrodzenie ukrywa nielegalne opłaty, jeśli pozwany kupujący nie przedstawi ustnej lub pisemnej umowy przyznającej mu prawo do tego "wynagrodzenia".

Pozwany nie wykazał ustnych porozumień uzasadniających wynagrodzenia za promocję gazetową oraz za za usługę „promocyjną” i „marketingową”. Nie przytoczył także faktów uzasadniających pozostałe opłaty, tj. nie wskazał odpowiednich obrotów co do opłat naliczanych od obrotów oraz nie wskazał liczby otwartych sklepów co do opłaty 1.000 zł „za specjalne oznaczenie produktów” w nowo otwartym sklepie.

Dlatego sąd na podstawie art. 405 i 410 K.c. uwzględnił powództwo w całości.

opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży

Niezależnie od powyższego brak staranności kupującego w dokumentowaniu faktów będących podstawą naliczenia spornych opłat wskazuje, że opłaty te rzeczywiście były formą opłat za posiadanie statusu dostawcy pozwanego, a postanowienia umowne były jedynie tylko „podkładką” do wystawianych faktur. Art. 15.1 p.4 u.z.n.k. zabrania pobierania przez kupującego przedsiębiorcę handlowego od sprzedawcy innych opłat za "przyjęcie towaru do sprzedaży" niż marża. Przedsiębiorca handlowy kupuje od swoich dostawców towary w celu ich odsprzedaży (tj. sprzedaży bez przetworzenia) i płaci im umówioną cenę. Zatem przedsiębiorca handlowy nie pobiera (w rozumieniu prawa cywilnego) od dostawców świadczenia w postaci marży - to dostawca pobiera od przedsiębiorcy handlowego cenę. Marża jest pojęciem ekonomicznym - jest różnicą między ceną jednostkową uzyskiwaną przy odsprzedaży towaru i ceną płaconą dostawcy. Marża tylko wyjątkowo jest określana w umowie - np. gdy wytwórca lub dystrybutor zamierza zachować kontrolę nad ostateczną ceną płaconą przez docelowych nabywców i w tym celu w umowach z przedsiębiorcami handlowymi albo wprost ustala cenę, po której przedsiębiorca będzie odsprzedawał towar, lub wyznacza poziom marży przedsiębiorcy handlowego. Marża (jako różnica ceny jednostkowej przy odsprzedaży i kupnie) została zdefiniowana w art. 3.1 p.6 u. o cenach na wypadek wprowadzenia stawek urzędowych na marże (art. 2.2 u. o cenach). Aby art. 15.1 p.4 u.z.n.k. miał sens, należy go rozumieć w ten sposób, że zabrania on pobierania przez przedsiębiorcę handlowego od swojego dostawcy opłat, które w sensie ekonomicznym nie są marżą, tj. nie pełnią funkcji marży.

Niewątpliwie charakter opłaty innej niż marża ma "wynagrodzenie" „za specjalne oznaczenie produktów” w nowo otwartym sklepie. Umowy nie gwarantowały sprzedawcy żadnego minimalnego poziomu zamówień kupującego. Nie

znając w chwili zawierania umowy skali przyszłych zamówień pozwanego oraz ilości sklepów, które pozwany otworzy, powód nie był w stanie dokonać kalkulacji, czy cena oferowana mu przez pozwanego jest dla niego opłacalna. Dopiero przy określonej wielkości obrotu opłata w wysokości 14.760 zł stanowiłaby wystarczająco małą część kosztów, aby handel był opłacalny dla powoda.

Wiarygodne jest twierdzenie sprzedawcy, że w celu utrzymania statusu dostawcy musiał przynajmniej od czasu do czasu zgadzać się na "kupowanie" udziału w promocji gazetowej.

Premie od obrotów jednoznacznie obniżają cenę towarów sprzedawanych przez powoda o wskazany procent, co upodobnia premie do legalnych upustów od umówionej wcześniej ceny. Kwestia, czy takie premie mogą być ukrytą opłatą za przyjęcie towaru do sprzedaży jest sporna w orzecznictwie. W przypadku premii kwartalnej 2,5% sprzedawca negocjując z kupującym cenę wiedział, że będzie musiał zwrócić kupującemu 2,5% ceny. Natomiast w przypadku premii urodzinowej 2% liczonej od zakupów pozwanego od powoda w listopadzie każdego roku powód nie wiedział, jak skalkulować cenę, gdyż nie wiedział, ile towarów pozwany zamówi w listopadzie, a ile poza listopadem. Przede wszystkim kupujący nie przedstawił danych, w oparciu o które obliczył premie.

koszty

Na podstawie art. 98 K.p.c. powodowi przysługuje zwrot opłaty 4.804 zł i kosztów zastępstwa 7.200 zł (nakład pracy pełnomocnika powoda uzasadnia 2- krotną stawkę minimalną), tj. 12.000 zł po zaokrągleniu.